



UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

MAESTRÍA EN COMERCIALIZACION Y COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

INVERSIÓN SOCIAL EN LA EMPRESA PRIVADA EN VENEZUELA

**Análisis de empresas de consumo masivo, rubro alimenticio afiliadas a la
CAMARA VENEZOLANO AMERICANA DE INDUSTRIA Y COMERCIO
(VENAMCHAM)**

ALUMNA: MARÍA FABIANA VILLAZÁN PÉREZ

TUTORA: MARÍA MARTA PREZIOSA

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES, NOVIEMBRE 2016

fabiana_villazan@hotmail.com

TABLA DE CONTENIDO

Agradecimientos

1. Introducción	5
2. Marco teórico	
2.1 Descripción Histórica de la Inversión Social	
2.2. Conceptualización de la inversión Social	7
2.2.1 Inversión social en Latinoamérica	8
2.2.2 Inversión social en Venezuela	12
2.2.3. Pioneros de la Inversión Social en Venezuela	17
2.2.4 Importancia de la Cámara Venezolano Americana de Industria y comercio (VenAmCham) en la inversión social en Venezuela	20
2.2.5 Concepción venezolana de la inversión social	21
3. Planteo del problema: Compromiso de la empresa venezolana con la inversión social	34
3.1 Propósito de estudio	
3.2 Objetivos de la Investigación	39
3.3. Metodología de la Investigación	40
3.3.1Tipo de Investigación	
4. Perfil social entre empresas seleccionadas	
4.1 Empresas Polar, la pionera en Venezuela	45
4.2 Kraft Food de Venezuela, comprometida con los venezolanos	50
4.3 Nestlé Venezuela, a gusto en Venezuela	53
4.4 PepsiCo Alimentos, nuestro compromiso es con Venezuela	56
4.5 Cargill de Venezuela, engranados en Venezuela	59
4.6 Kellogg's, alimentando a todos los niños de Venezuela	61
4.7 Come sano, Come sabroso con Plumrose de Venezuela	65

5. Análisis comparativo de los programas de inversión social implementados por la empresa privada venezolana	69
6. Cuadro resumen de los programas de inversión social implementados por la empresa privada de Venezuela	76
7. Conclusiones	77
8. Fuentes bibliográficas	81
8.1 Páginas WEB consultadas	84
8.2 Artículos Digitales	87



Agradecimientos



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

1. Introducción

Una nueva forma de convivencia que en los últimos años han empezado a desarrollar las empresas venezolanas es la inversión social empresarial, iniciativa que surgió a finales del siglo XX, que desde una concepción filantrópica hasta una progresiva toma de conciencia ha cobrado vigencia en los últimos años, en la cual se han incorporado múltiples actores que propician el desarrollo social y económico del país, donde se ven involucrados el compromiso y la responsabilidad con la calidad de vida de los trabajadores, sus familias, y con las comunidades donde operan, trayendo como consecuencia una sociedad más sana y equitativa.

Las definiciones sobre el tema abordan diversos aspectos con frecuencias complementarias, ya que unas enfatizan la necesidad de compatibilizar las metas empresariales con el desarrollo sustentable de la sociedad, atendiendo las dimensiones económicas, sociales y ambientales; mientras que otras ven a la inversión social empresarial como una visión de negocios que toma en cuenta a las personas y a las comunidades desde una perspectiva ética e integrada a la operación empresarial.

Con base a lo anteriormente descrito es por lo que se presenta esta investigación dirigida a analizar la inversión social en la empresa privada de Venezuela, particularmente a las empresas de consumo masivo, rubro alimenticio afiliadas a la Cámara Venezolana Americana de Industria y Comercio (VENAMCHAM).

La investigación está estructurada de la siguiente manera: en el primer capítulo se hará una descripción histórica general de la inversión social empresarial,

conceptualizada según distintos autores; del mismo modo, se realizará un recuento sucinto sobre los inicios y aportes que ha tenido la inversión social en Latinoamérica.

Después de este contexto, se presentará una cronología de la inversión social empresarial en Venezuela, dando a conocer a los pioneros en el tema de investigación y la importancia que tiene de la Cámara Venezolano Americana de Industria y Comercio (Venamcham) en la empresa privada.

En el segundo apartado, podemos encontrar el planteamiento del problema, y el propósito del estudio, con sus respectivos objetivos con la cual se pretende conocer, comparar y concluir cuáles son los programas que elige la empresa privada del sector consumo masivo, rubro alimenticio de Venezuela para realizar su inversión social.

El siguiente capítulo apunta a la contextualización de un marco teórico-conceptual en el cual se abordará la temática desde diferentes puntos de vista, según reconocidos autores venezolanos y profesionales de amplia trayectoria en el área de la responsabilidad e inversión social.

Luego se continúa con la metodología empleada para la recolección, organización y análisis de los datos, a partir de ello, se procede a dar respuesta a los objetivos uno (1) y dos (2) respectivamente, realizando un perfil social y posterior análisis comparativo de cada una de las empresas privadas seleccionadas para la presente investigación.

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en el proceso de investigación, en el último capítulo se presentan las conclusiones.

2. Marco Teórico

2.1. Descripción Histórica de la Inversión Social

A los fines de lograr una mejor comprensión del presente trabajo de tesis, se consideró pertinente en principio conceptualizar de manera general el término de inversión social. El Grupo de Fundaciones y Empresas de Argentina (GDFA 2012) la define como el uso responsable, proactivo y estratégico de recursos privados cuyo retorno esperado es el bienestar de la comunidad y su desarrollo en el largo plazo.

Por su parte, Razeto, Luis (2000) la define como una inversión voluntaria y estratégica de recursos, realizada por individuos o empresas con el fin de promover el desarrollo y la transformación positiva de la sociedad, la cual focaliza todos sus esfuerzos a través de iniciativas innovadoras, orientadas al resultado, maximizando el impacto de sus acciones.

Es necesario mencionar al Libro Verde de la Comisión Europea citado por Itxaso, María (2001) donde indica que la inversión social significa desarrollar iniciativas que vayan más allá de las obligaciones legales que favorezcan la generación del capital social. Y es así, que mas allá de lo anteriormente descrito la inversión social empresarial supone trabajar en el sentido de desarrollar iniciativas que tiendan a hacer contribuciones sustanciales, donde se impone la necesidad imperiosa de sumar esfuerzos dirigidos a revertir progresivamente las causas que originan la situación de iniquidad y exclusión que sufren vastos sectores de la población.

Esto significa que se debe ser proactivos y no solamente reactivos frente a las necesidades y urgencias crecientes y legítimas de la sociedad, lo que

demanda un compromiso distinto y mayor del sector empresarial y una preocupación por los impactos de la inversión social. Todo ello, implica un esfuerzo para fomentar a que las organizaciones empresariales no solo tengan programas de responsabilidad social, sino que se conviertan en empresas socialmente responsables, que permitan identificar problemáticas que afectan la posibilidad que tienen las personas de perfilar la vida a la que aspiran y tienen derecho, a la par de que profesionalicen su acción en el campo de la inversión social y que a su vez, concedan la misma jerarquía al resto de las políticas corporativas tales como, calidad, ambiente y desarrollo del talento humano.

2.2. Conceptualización de la Inversión Social

2.2.1 Inversión social en Latinoamérica

La inversión social se inserta en Latinoamérica como parte de una tradición filantrópica corporativa que ha ido poco a poco evolucionando hacia prácticas empresariales más responsables, tanto hacia dentro como hacia fuera de las empresas. Históricamente, gran parte de la acción social del sector privado ha estado basada en creencias religiosas y ético-morales de carácter individual, eso se debía principalmente al gran peso que tenían las empresas familiares donde la propiedad y gestión iban unidas.

Las prácticas empresariales responsables han sufrido una evolución desde la filantropía empresarial más tradicional, pasando por la ciudadanía corporativa hasta llegar a los comportamientos responsables como parte de la estrategia empresarial desde la óptica de América Latina. El continente ha despertado con respecto a la inversión social, si bien es cierto que otras regiones del mundo se encuentran por delante, y que América Latina, independientemente del nivel de su desarrollo económico, se encuentra más rezagada, indican Vives, A. y Peinado, E. (2011)

A pesar de estas dificultades parte del sector empresarial, Latinoamérica se está dando cuenta de la necesidad de un sector privado responsable, por ello, es de vital importancia aludir al Grupo de Fundaciones y Empresas de Argentina (GDFA) por ser una organización sin fines de lucro constituida como Asociación Civil en 1995 por entidades donantes, creada con el fin de promover y movilizar recursos privados de forma estratégica y eficiente en pro del bien público en la Argentina. Desde ese entonces, su labor se orienta a facilitar la profesionalización de las iniciativas de sus miembros vinculadas al sector social, a través de la promoción del conocimiento, el intercambio de aprendizajes y la difusión de actividades, iniciativas, tendencias y desafíos del sector social a nivel nacional e internacional.

A tal efecto, Potenza, Ma F. y Langan, C, (S/F) en su trabajo titulado “Monitoreo y evaluación de programas de inversión social privada” señalan que la dinámica de las sociedades contemporáneas está signada por diversos actores que se relacionan recíprocamente dentro de un escenario donde el Estado, el sector productivo y la sociedad civil van asumiendo diferentes roles, respondiendo a contextos que cambian permanentemente. En consecuencia, el grado de responsabilidad por el bien público y el bienestar general ha ido variando y recayendo de manera alternada sobre el Estado, el sector social y las empresas.

La filantropía no es una modalidad de acción novedosa en Argentina; En realidad sus orígenes pueden remontarse a la época colonial en la que la Iglesia Católica introdujo la idea de la “caridad cristiana” como el modelo de trabajo que debía aglutinar las acciones destinadas al bien común. La filantropía estratégica o inversión social implica pasar de la caridad a un verdadero cambio sistémico; es más proactiva que reactiva. Está ligada al desarrollo y a la sustentabilidad de los proyectos, tomando como punto de partida la revisión de los objetivos de quien pretende implementarla, la evaluación de la correspondencia que éstos tienen con